

公司代码：600573

公司简称：惠泉啤酒

福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司
2022 年年度报告摘要



第一节 重要提示

1. 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到 www.sse.com.cn 网站仔细阅读年度报告全文。
2. 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。
3. 公司全体董事出席董事会会议。
4. 致同会计师事务所（特殊普通合伙）为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。
5. 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

根据《公司章程》规定，结合公司生产经营情况，2022年度拟作如下分配：以2022年末总股本25,000万股为基数，每10股派发现金红利0.50元（含税），共计向全体股东派发现金红利12,500,000.00元；剩余未分配利润结转下一年度。本预案尚需提交公司股东大会审议。

第二节 公司基本情况

1. 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	惠泉啤酒	600573	-

联系人和联系方式	董事会秘书
姓名	程晓梅
办公地址	福建省泉州市惠安县螺城镇惠泉北路1999号
电话	0595-87396105
电子信箱	hqbeer@hqbeer.com

2. 报告期公司主要业务简介

报告期内，公司主要业务未发生变化。公司的主要经营业务为生产销售啤酒。主要产品是惠泉一麦、惠泉纯生、惠泉欧骑士和惠泉鲜啤系列产品等。

3. 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近3年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2022年	2021年	本年比上年 增减(%)	2020年
总资产	1,409,414,365.96	1,304,490,668.37	8.04	1,252,081,745.18
归属于上市公司股东的净资产	1,211,730,857.76	1,181,382,574.10	2.57	1,159,100,785.45
营业收入	613,415,085.79	582,037,938.47	5.39	614,375,085.04
归属于上市公司股东的净利润	39,848,285.09	31,031,788.65	28.41	28,670,751.79
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	37,123,916.28	18,765,640.70	97.83	12,463,833.12
经营活动产生的现金流量净额	137,822,241.57	56,724,893.66	142.97	86,507,328.79
加权平均净资产收益率(%)	3.33	2.65	增加0.68个百分点	2.49
基本每股收益(元/股)	0.159	0.124	28.23	0.115

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3 月份)	第二季度 (4-6 月份)	第三季度 (7-9 月份)	第四季度 (10-12 月份)
营业收入	127,894,327.25	186,445,883.08	234,525,357.14	64,549,518.32
归属于上市公司股东的净利润	-1,714,489.92	17,806,557.69	32,934,695.88	-9,178,478.56
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	-864,958.50	16,024,192.19	32,488,022.61	-10,523,340.02
经营活动产生的现金流量净额	35,712,672.41	96,410,265.13	54,592,273.27	-48,892,969.24

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4. 股东情况

4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

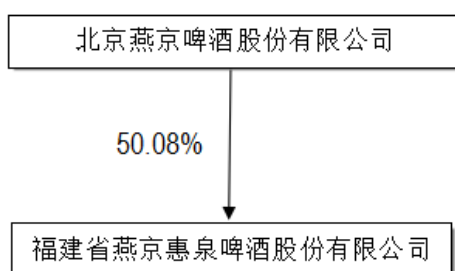
单位：股

截至报告期末普通股股东总数(户)							18,750
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数(户)							17,703
前 10 名股东持股情况							
股东名称 (全称)	报告期内 增减	期末持股 数量	比例 (%)	持有有 限售条 件的股 份数量	质押、标记 或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
北京燕京啤酒股份有限公司	-	125,194,578	50.08		无		国有法人
MORGAN STANLEY & CO. INTERNATIONAL PLC.	3,006,160	3,006,318	1.20		无		境外法人
UBS AG	2,528,817	2,760,595	1.10		无		境外法人
光大证券股份有限公司	1,612,848	1,612,848	0.65		无		境内非国有 法人
张健柏	1,443,900	1,468,500	0.59		无		境内自然人
李超	185,700	1,345,400	0.54		无		境内自然人
中国建设银行股份有限公司 一鹏华中证酒交易型开放式	383,600	1,087,900	0.44		无		其他

指数证券投资基金						
高华—汇丰—GOLDMAN, SACHS & CO.LLC	1,079,230	1,080,730	0.43		无	境外法人
中国国际金融股份有限公司	1,008,506	1,008,606	0.40		无	国有法人
刘存	953,500	955,000	0.38		无	境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	北京燕京啤酒股份有限公司与其他股东之间不存在关联关系或一致行动人情况；未知其他股东之间是否存在关联关系或一致行动人情况。					

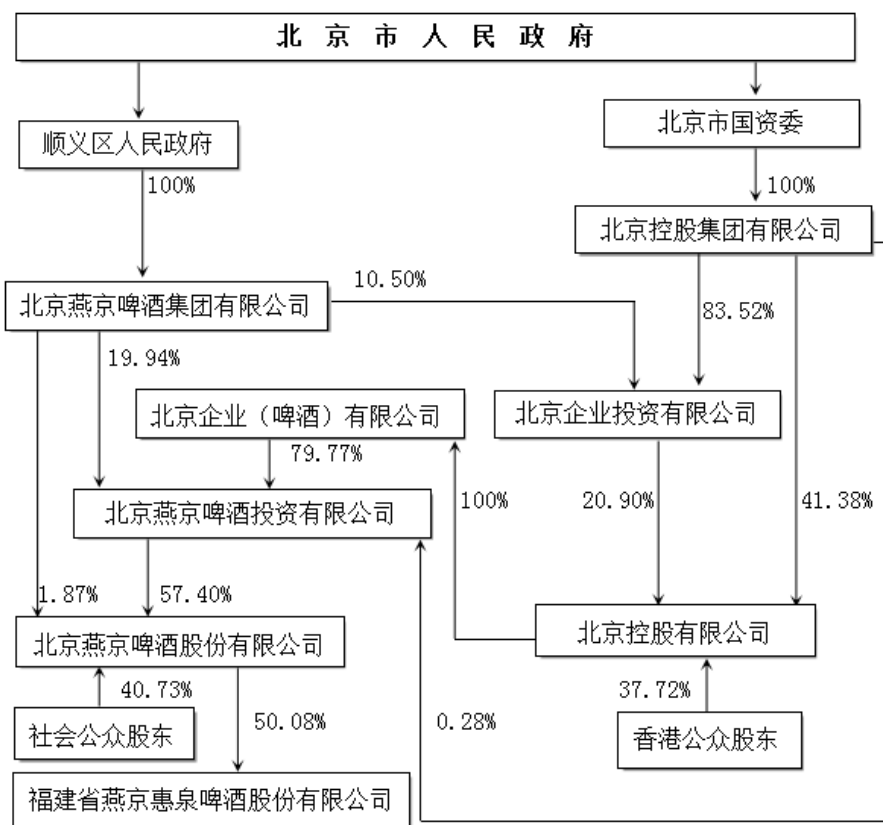
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

√适用 □不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5. 公司债券情况

适用 不适用

第三节 重要事项

1. 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

2022 年，中国规模以上啤酒企业累计产量 3568.7 万千升，同比增长 1.1%。（数据来源：国家统计局）。报告期内，公司紧紧围绕企业高质量发展目标，推进企业各项经营管理工作。公司实现啤酒销量 21.69 万千升，同比增长 3.75%；实现营业收入 61,341.51 万元，同比增长 5.39%；实现利润总额 4,645.71 万元，同比增长 23.05%；实现归属于上市公司股东的净利润 3,984.83 万元，同比增长 28.41%。公司销量、收入、利润实现同步稳健增长，企业经营质量向好。

（1）坚持匠心酿制，产品保障体系不断完善

报告期内，公司结合消费升级需求，持续地完善酿造中国最好啤酒保障体系。公司以卓越管理建设、SOP 升级执行为抓手，促进产品生产实践深度规范。公司实施品质提升计划，强化个性口感改良，促进风味指标提升，实现对产品的优化；公司开发推出精酿白啤系列产品和测试储备多个特色新品，丰富和完善产品品类。产品保障体系建设持续推进，形成以不同特色口感为粘性的忠诚消费群体，满足消费需求，融入消费者美好生活。

（2）强化市场建设，市场优势区域不断扩大

报告期内，公司持续推进重点市场建设工作，采取因地制宜灵活市场策略，不断优化区域市场和深化渠道分布，稳步提高产品竞争地位和市场占有率，形成重点市场区域优势扩大，带动公司新兴市场 and 弱势市场突破的良好发展势头。报告期内，公司福建东南重点区域市场销量同比增长 7%，实现连续增长；新兴弱势市场取得突破，江西部份区域销量实现两位数增长，湖南市场销量同比增长 8.75%。

（3）有序推进高端化进程，产品结构进一步优化

报告期内，公司加快中高端产品推广步伐，发力餐饮，形成以“一麦”、“鲜”系列和易拉罐类中高端产品为主力阵营的产品结构，契合啤酒消费高端化进程。报告期内，公司“一麦”系列产品销量增长，其中，餐饮渠道销量实现 9%增长；公司易拉罐产品销量增长 10.66%，占比提升 3.53 个百分点，基地“鲜”系列易拉罐产品销量增长 34%。产品结构持续优化，盈利能力不断提升，公司千升酒营收同比增加 3.11%。

（4）多途径传播，品牌影响持续深入

报告期内，公司深入打造具有明显优势知名民族品牌。线下有效结合市场深度开发，强化渠道终端的品牌形象生动化和现饮场景品牌文化氛围营造；线上锁定目标人群，通过自媒体精准推送宣传，通过网络直播电商带货加快品牌文化输出和品质口感培育，实现从品牌识别到消费动力转化。

同时，公司举办“惠泉啤酒文化节”，将品牌文化与闽南地域文化、民俗相融合，品牌推广活动与提振地方经济相促进，把文化节打造成为满足不断提升消费需求的消费盛会。公司多维构建宣传品牌矩阵，品牌传播效果显著。2022 年，世界品牌实验室发布，公司品牌价值 208.57 亿元。

(5) 绿色生产、智能制造，数字化转型加快，管理效率提升

报告期内，公司深入推进绿色工厂建设，全面落实降本增效行动方案，不断完善精细化消耗成本控制体系，强化绿色生产。公司水、气、电耗指标分别同比优化 10%、5.2%、2.6%，效能控制达历史最好水平。同时，公司持续推进数字化车间、智能制造示范企业建设，完善智慧生产、供应管理和销售管理数据采集系统，持续提升从供应到生产到销售的整个供应链的信息化、数字化和智能化运作水平。通过绿色生产，智能化制造，实现生产效率提升，企业创新变革，运营协调高效。2022 年，公司获得“国家高新技术企业”认定。

2. 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用

福建省燕京惠泉啤酒股份有限公司

董事长：刘翔宇

2023 年 4 月 10 日